# PROPAGANDA SPORTIVĂ ÎNTRE CONȚINUTUL MESAJULUI ȘI FORMELE DE EXPRIMARE

**● Folosite cum, cît și cînd trebuie, formele și mijloacele de propagandă devin eficiente ● Calitatea mesajului — o condiție sine qua non ● Marii campioni stimulează pasiuni latente ● Organizările sportive de înaltă ținută asigură sporirea continuă a participărilor la activitățile de masă ● Propaganda făcută în salturi nu este propagandă! ● Formalismul, improvizația, rutina și inerția minează eficiența propagandei..**

Am vrea să subliniem din capul locului adevărul evident că eficiența actului propagandistic este în primul rînd dependentă de CONȚINUTUL mesajului, de puterea de sugestie și convingere pe care o deține, de oportunitatea și inspirația în alegerea modalităților de exprimare, de temeinicia argumentelor, de ritmul ei susținut etc. Într-un cuvînt, alături de cantitate, latura CALITATIVĂ, a propagandei determină dimensiunile eficienței ei, măsurată în efectele concrete produse asupra societății. Eficiența propagandei în favoarea sportului — atît ca practică diurnă a fiecărui ins, necesară întăririi sănătății, creșterii potențialului biologic, refacerii fizice și nervoase, recreării sale, cît și ca spectacol demn de atenția publică — nu se poate disocia de aceste cerințe de ordin calitativ. Rolul său este de a crea opțiuni, atitudini, deprinderi, acțiuni concrete în scopurile de indubitabilă valoare socială mai sus enunțate, izvorîte din necesitatea de a convinge masele largi de oameni ai muncii, indiferent de vîrstă sau preocupări, de utilitatea practicării exercițiului fizic, sportului sau turismului, în forme competiționale sau necompetiționale, la nivel de masă sau — în cazul tineretului — și de performanță, individual sau în colectiv.

Este, desigur, demonstrat și fundamentat științific efectul pozitiv al acestor practici sportiv-recreative în viața omului modern. Este, deci, recunoscut și acceptat aportul sportului la învingerea efectelor nocive ale sedentarismului, la limitarea sau amînarea proceselor, firești, de deteriorare fizică și intelectuală, la prelungirea vieții etc. Dar, asemenea adevăruri și semnificații, cu toate realizările, nu au pătruns pe deplin în conștiința tuturor. Nu toți le cunosc și le înțeleg, după cum nu toți cei ce le înțeleg dau acea indispensabilă „luptă cu inerția" pentru a trece și la faptă. De aici, și rolul de mare importanță socială ce revine propagandei sportive, acela de a implanta în conștiințe binefacerile educației fizice și sportului, de a îndemna oamenii la practicarea lor sistematică, chiar zilnică, rol izvorînd din necesitatea atingerii țelurilor nobile puse de către partidul nostru în fața mișcării sportive în documente ce dovedesc deopotrivă deplina înțelegere a comandamentelor științifice și grija deosebită față de om. Iar aceste țeluri sînt exprimate limpede în documentele de partid, în contribuțiile valoroase pe care secretarul general al partidului, tovarășul **Nicolae Ceaușescu,** le-a adus și în acest domeniu: cuprinderea treptată a maselor largi, practic a întregii populații, în activități sportiv-recreative prin care să se asigure cetățenilor țării un înalt grad de sănătate, robustețe fizică și morală, vitalitate națiunii noastre socialiste.

Cum se desfășoară procesul propagandistic pentru sport? În ce condiții și prin ce forme și mijloace? Cu ce rezultate? Ce trebuie făcut pentru o reală creștere a eficienței sale? Iată ce am încercat să aflăm adresînd mai multor activiști din acest domeniu, secretari ai Consiliilor județene pentru educație fizică și sport, întrebările:

**1. CE ROL ATRIBUIȚI PROPAGANDEI PENTRU SPORT? CE FORME ȘI MIJLOACE PROPAGANDISTICE CREDEȚI CĂ AU MAI MARE EFICIENȚĂ?**

**2. EXISTĂ INIȚIATIVE LOCALE ÎN ACEST DOMENIU? CU CE EFECTE?**

**3. CE DEFICIENȚE CONSIDERAȚI CĂ DUC LA SLĂBIREA EFICIENȚEI PROPAGANDEI SPORTIVE?**

Răspunsurile pe care le publicăm în această pagină, selectate din cele pe care le-am primit (de la aproape toți secretarii de consilii județene) se constituie totodată ca un util schimb de opinii și de experiență ce poate sluji și altor activiști care lucrează în acest important domeniu al propagandei sportive.

**D. CONSTANTINESCU (Prahova):** 1. Rolul educativ-formativ și informativ al propagandei sportive nu cred că mai are nevoie de demonstrații. Propaganda atrage, mobilizează, conștientizează. Cele mai eficiente forme și mijloace de propagandă pentru sport sînt... toate, cu o singură condiție: **conținutul mesajului propagandistic să fie de calitate.** Fotomontajele, panourile ilustrative, programele, stațiile de amplificare, pliantele, afișele, kinogramele, cartea sportivă, filmul documentar și didactic, realizarea cercurilor cine-foto și ale artiștilor plastici, expozițiile și muzeele, concursurile „cine știe, răspunde", simpozioanele, „mesele rotunde", întîlnirile cu sportivi și antrenori valoroși, cu medici, sportivi și alți specialiști, sesiunile de referate și comunicări, lecțiile și cursurile de specialitate, demonstrațiile sportivilor de performanță, organizarea perfectă într-un cadru sărbătoresc a unor manifestații sportive de masă sau performanță, presa scrisă, radioul sau televiziunea, chiar spectacolele cu conținut sportiv își pot îndeplini, sub această condiție, menirea propagandistului. 2. Între altele, dezbateri și analize ale activității sportive în adunările oamenilor muncii, ale organizațiilor U.T.C., de sindicat, pionieri; popularizarea rezultatelor din competițiile „Daciadei" sau ale campionatelor interne, precum și a acțiunilor din cadrul complexelor SUVA și „Sport și sănătate"; popularizarea regulamentelor diverselor discipline sportive; organizarea unor centre de inițiere pe ramuri de sport și a unor centre de gimnastică medicală și de întreținere; utilizarea unor materiale sportive și echipament de calitate, atrăgătoare; recurgerea la cîntece patriotice și marșuri sportive, spectacole cultural-sportive, biblioteci sportive etc. 3. Deficiențele în pregătirea cadrelor, lipsa unor norme financiare pentru acest domeniu, spațiul limitat în presă, lipsa unor materiale metodice, precum și a unor lecții de inițiere la t.v. sau radio.

**OV. TUDOR (Maramureș):** 1. De calitatea propagandei depinde în mare măsură reușita acțiunilor de masă și de performanță, formarea deprinderilor tineretului, oamenilor muncii de a practica exercițiile fizice, sportul și turismul. Popularizarea acțiunilor din cadrul „Daciadei", realizarea unor fotomontaje în asociații sportive, cluburi, în locurile cele mai frecventate din orașe și comune (cu aspecte din activitatea locală), propaganda prin presă, radio, televiziune, editarea și difuzarea unor afișe, pliante, programe și broșuri sînt, după părerea mea, mijloacele cele mai eficiente. 2. Plantarea unor fotomontaje și în holul Casei de cultură a sindicatelor din Baia Mare, expunerea în vitrinele comerciale a unor trofee cucerite de sportivii maramureșeni, amenajarea unor vitrine atrăgătoare care să se schimbe lunar, oglindind activitatea sportivă „la zi" din județ, turneele de popularizare efectuate de unele divizionare A din Baia Mare (fotbal, volei, handbal) sau de gimnaste și gimnaști în județ au determinat o mare efervescență sportivă, o mai mare afluență spre terenurile de sport. 3. Lipsa de diversitate a mijloacelor propagandistice.

**GH. STAN (Tulcea):** 1. Propaganda se integrează total scopurilor urmărite de organizarea și desfășurarea competițiilor de masă și de performanță, determinîndu-le în mare măsură succesul. Dar ea are un rol imens în promovarea unor activități necompetiționale, mai la îndemîna fiecărui om (drumeții, excursii, gimnastică zilnică, de înviorare la domiciliu sau școală, la locul de muncă etc.). Colțurile sportive ale „Daciadei", stațiile de radio de la bazele sportive, din întreprinderi și instituții, panourile mobilizatoare, presa locală, vitrinele pentru popularizarea celor mai merituoși sportivi sau premierea campionilor și recordmanilor în fața publicului — iată cîteva modalități convingătoare, eficiente, în promovarea ideii de sport. 2. Pentru conștientizarea maselor asupra binefacerilor exercițiului fizic și sportului s-a extins propaganda prin conferințe (cu sprijinul Direcției sanitare), au fost organizate ample serbări sportive de masă ca, de pildă: „Sărbătoarea cultural-sportivă a pescarilor", devenită tradițională, Festivalul sportiv al fetelor tulcene, Festivalul sportiv al oamenilor muncii din Măcin, concursuri de bărci pescărești, jocuri sportive nautice și partide de pescuit staționar, acțiuni care nu numai că determină o emulație deosebită, dar pentru care masele de participanți se pregătesc minuțios, deci fac sport lungi perioade de timp. 3. Propaganda neconvingătoare, neatractivă, făcută în salturi. Eficiență nu poate avea decît o propagandă vie, dinamică, continuă.

**R. OPREA (Buzău):** 1. Dezideratele mișcării sportive nu se pot împlini fără o propagandă susținută. După părerea mea, competiția sportivă bine organizată constituie una din principalele căi de atragere a oamenilor muncii spre activitățile sportiv-recreative, atît ca practicanți, cît și ca spectatori. În plus, consider că eficiență mare au: propaganda vizuală (afișe, pliante, fotomontaje), întîlnirile sportivilor fruntași cu tinerii dornici să facă sport etc., dacă aceste mijloace și forme au o **motivație** îndreptată spre atingerea unui **scop.** De asemenea, rubricile sportive ale presei în general creează o emulație deosebită. 2. Interesante, cu viu ecou se dovedesc în județul nostru demonstrațiile la o serie de sporturi accesibile maselor, efectuate în pauzele meciurilor de fotbal, precum și cele ale unor sportivi de performanță în sate și comune. Astfel, cei ce asistă învață regulile diferitelor sporturi, unele detalii tehnice etc., iar interesul lor pentru sport crește. De aici, numărul din ce în ce mai mare de practicanți ai exercițiului fizic, de participanți la diverse competiții de masă. 3. Pentru a realiza o propagandă eficientă, noi cei ce ne ocupăm cu această activitate — fie în cadrul organelor sportive, fie în cele ale factorilor cu atribuții — trebuie să eliminăm din munca noastră rutina, monotonia (în organizarea acțiunilor), să contribuim prin cele mai potrivite forme și mijloace la crearea unui cadru emoțional intens.

**A. BIRO (Satu Mare).** 1. Propaganda sportivă are o contribuție deosebită și la dezvoltarea simțului estetic, a gustului pentru frumos. Dar rolul său primordial este de a acționa în direcția promovării utilului, necesarului, adică la înțelegerea valențelor practicii sportiv-recreative. Dacă sînt bine pregătite, bine folosite și cu un conținut bogat și variat, toate mijloacele propagandei sportive pot fi eficiente. În județul Satu Mare folosim cu prioritate propaganda vizuală (afișe, vitrine, panouri), dar PERMANENT și cu un scop bine determinat. Prin ele cîștigăm din ce în ce mai mulți prieteni ai sportului, educăm sportivii și spectatorii, exercităm o eficientă muncă de convingere privind binefacerile mișcării în general. 2. Afișele sînt executate de cunoscuți artiști plastici apropiați sportului ca, de pildă, Vasile Paulovics. De asemenea, realizăm afișiere mobile sub forma unei mingi de fotbal. Astfel de forme captează mult mai lesne interesul oamenilor, îi conving mai ușor. Împreună cu C.N.E.F.S. am organizat și un schimb de experiență pe tema propagandei sportive. Experiența pozitivă am făcut-o cunoscută în tot județul și astfel propaganda a prins viață pretutindeni: au apărut în întreprinderi vitrine cu trofee, panouri cu sportivi fruntași, colțuri sportive etc. Au fost popularizați cei mai valoroși performeri ai județului. Intensificarea propagandei a avut ca efect foarte multe înscrieri la gimnastica de întreținere, la învățarea înotului, schiului sau patinajului, mulți copii au venit la sala de scrimă cu gîndul să devină și ei mari campioni ca Suzana Ardeleanu, Ștefan Haukler, Petru Kuki, mulți alții la terenurile de fotbal. Într-adevăr, popularizarea marilor campioni, rezultatele lor de răsunet creează o puternică emulație. Să ne gîndim la gimnastică, la tenis (adică la Nadia și colegele ei, sau la Ilie Năstase). Cîți copii (și părinții lor) n-au bătut la ușile sălilor, cîți copii, cîți tineri sau chiar vîrstnici n-au pus mîna pe rachetă? 3. Cel mai dificil obstacol pe care-l întîmpină propaganda sportivă este **lucrul de mîntuială.**

**M. CONSTANTINESCU (județul Ilfov):** 1. Propaganda sportivă ar trebui să aibă un rol activ atît în formarea gustului pentru spectacolul sportiv de calitate, cît și în mobilizarea și atragerea tineretului în practicarea educației fizice și sportului. În practică acest rol important nu se realizează integral, din mai multe motive: conținut sărac, forme învechite, unilaterale, lipsă de inițiativă locală și de mijloace materiale, formalism în activitatea comisiilor de propagandă (sau chiar inactivitate), calitatea scăzută a spectacolului sportiv în scop propagandistic. Între mijloacele mai des folosite de noi amintesc: emisiuni la stațiile de radio-amplificare (la sate), vitrine sportive (în unități de performanță), gazete sportive (în școli). Se apelează mai rar la forme și mijloace de indubitabil efect propagandistic, cum ar fi: simpozioane pe teme sportive, vizite și demonstrații ale unor sportivi fruntași, în întreprinderi sau la sate, filme sportive, recenzii de cărți cu subiect sportiv. 2. În județul nostru efecte pozitive au avut, de pildă, simpozionul organizat în comuna Chirnogi, vitrinele sportive din Buftea și de la asociația Cetatea Giurgiu, întîlnirile cu sportivi de performanță (box, rugby) organizate la Oltenița, Giurgiu etc. 3. Formalismul, nealegerea mijloacelor cele mai indicate, improvizația (nepregătirea corespunzătoare a acțiunilor), rutina și inerția.

**I. IACOB (județul Iași):** 1. Rolul propagandei este decisiv în atragerea tineretului, a tuturor oamenilor muncii în activități cu caracter sportiv. O educație în acest spirit trebuie făcută, mai ales în rîndul tineretului studios, prin mijloace diversificate. În întreprinderi și instituții, de asemenea, o propagandă eficientă se poate realiza prin organizarea unui „colț sportiv" prin care să se popularizeze diferitele acțiuni, programul săptămînal al competițiilor, cîștigătorii și rezultatele unor întreceri, secțiile fruntașe în desfășurarea gimnasticii la locul de muncă etc. Oriunde, folosirea medicului în susținerea importanței și necesității mișcării, exercițiului fizic, activităților recreativ-sportive dă rezultate deosebite. După cum o mare putere de convingere o exercită sportivii de înaltă performanță, fie prin întîlnirile cu colective de oameni ai muncii, fie prin demonstrații sportive. Totodată, mi se pare necesar să se acorde în general mai multă atenție propagandei vizuale (a scăzut numărul de afișe editate pe plan central, de către toți factorii cu răspunderi și atribuții în sport!). 2. Pe lîngă faptul că marile acțiuni sportive sînt popularizate prin afișe-program, precum și prin ziarul „Flacăra Iașului" și studioul de radio Iași, anual se editează programul-afiș al Festivalului sindicatelor ieșene. De asemenea, se realizează pe plan județean o foaie volantă, iar programul exercițiilor de gimnastică la locul de muncă este înregistrat, pe fond muzical, pe bandă de magnetofon, ceea ce îl face și mai agreabil. 3. Cel mai mare defect al propagandei sportive este festivismul.

**Se desprinde concluzia că, activiștii mișcării noastre sportive sînt, în general, conștienți de rolul însemnat care revine propagandei în difuzarea în rîndul maselor a argumentelor pentru care exercițiul fizic, sportul și turismul se constituie ca activități necesare și utile, binefăcătoare sănătății, educative, recreative. Rezultă, de asemenea, că în general sînt cunoscute formele și mijloacele prin care se exprimă actul propagandistic, (în unele județe apar inițiative interesante), majoritatea participanților la dezbatere arătînd că oricare dintre acestea poate fi eficient dacă este utilizat cu pricepere.**

**Dar, în același timp, a reieșit că în puține locuri propaganda exprimă un conținut de calitate, că formele și mijloacele folosite sînt sărace, nu întotdeauna adecvate, atractive, convingătoare, că uneori chiar acțiunile și competițiile de masă nu conțin, prin calitatea organizării, o nouă invitație pe terenurile de sport, în zonele montane sau de agrement. De asemenea, pe alocuri, ineficența propagandei se datorează caracterului ei discontinuu, formalismului, rutinei, inerției, improvizației etc. Iată de ce considerăm că este de datoria celor care coordonează popaganda sportivă, a comisiilor locale de propagandă, a comisiilor federațiilor și a tuturor organizatorilor de competiții de masă și performanță să acționeze concret pentru îmbunătățirea calității acestui resort.**

Pagină realizată de
Aurelian **BREBEANU**